

COVER

magazine

CLAUDIA
LIVING

Amor dulce
hecho a mano.

IVANA
MORZAN

El arte de
transformar
espacios.

SKECHERS

LA EVOLUCIÓN
DEL CALZADO

Comodidad y estilo con
Slip-Ins Glide-Step.

DIOR
BEAUTY

La magia de regalar
obsequios de lujo
esta navidad.





DIOR



DIOR



ÍNDICE

FRONT PAGE |

Skechers:
Movimiento, estilo
y comodidad.

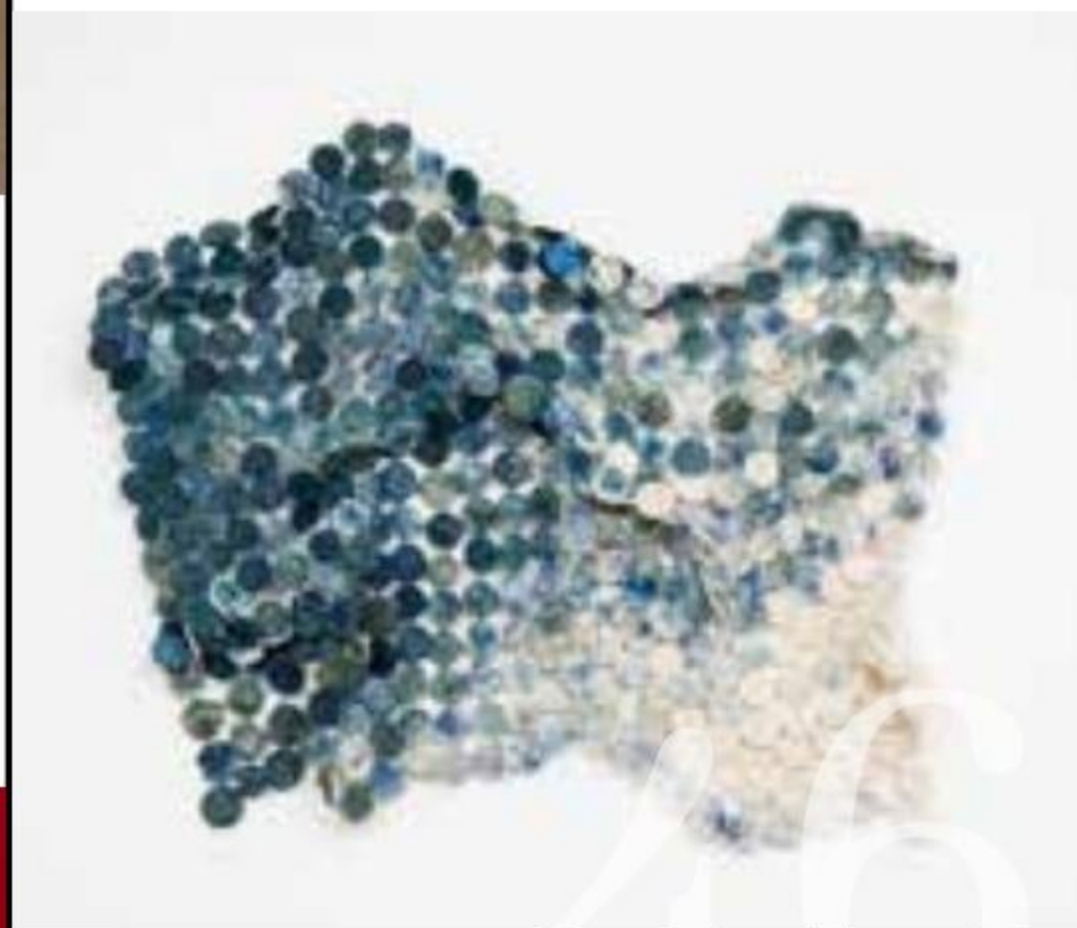


| MODA

Proyecta tu estilo.

DISEÑO |

Elevando
los ambientes.



| ARTE

La expresión del alma.

CULINARIO |

Paladares cautivados.



| COBERTURA

Corazones que celebran.



COVER

magazine

Director

Rodrigo Lanatta
rodrigo.lanatta@seminarium.pe

Ejecutiva Comercial

Malu Jimenez
mjimenez@se.pe

Gerente Comercial Corporativa

María Claudia Diaz Dulanto
Mcdiazd@se.pe

Coordinación General

Melanie Sánchez

Analista de Marketing Digital

Maria José Rojas Alcázar

Chief Revenue Officer

Ernesto Ferrini Cassinelli
Semana Económica | Seminarium |
América Economía | COVER Magazine

Gerente General

Carlos de la Rica
Semana Económica | Seminarium |
América Economía | COVER Magazine

Diseño y Diagramación

Leslie Sánchez

Redacción y Corrección de Estilo

Katherin Franco

Jefe de Marketing Digital

Luis José Malásquez Lévano

Suscripciones

marketing@revistac.com

PLATAFORMA C S.A.C

20611565233

Canaval y Moreyra 340, Piso 13, San Isidro

Teléfono: +51 905 462 026 - +51 950 747 289

www.covermagazine.pe

Instagram: _covermagazine

Facebook: Cover Magazine

Colaboradora Cultural

Maria Emilia Miró Quesada

BRANDED CONTENT



SKECHERS

MOVIMIENTO, ESTILO Y COMODIDAD



SKECHERS
HANDS FREE
Slip-ins
GLIDE-STEP



La vida es movimiento. Acción. Avanzar. Disfrutar. Y en esa esencia de la vida, *Skechers*, la compañía de la tecnología del confort, busca potenciar la rutina diaria llevándola al siguiente nivel con la tendencia *athleisure*, que, lejos de ser una moda pasajera, llega para quedarse.

Diseñado con una media suela de geometría única que proporciona una pisada suave y un despegue energizante, *Slip-Ins Glide-Step* es mucho más que un calzado técnico, es una pieza clave para looks urbanos, cómodos y modernos, pensados para personas reales con rutinas versátiles.

Es así como combinar prendas cómodas con un estilo sofisticado, es hoy una declaración de identidad, y el nuevo calzado *Slip-Ins Glide-Step* de *Skechers* se convierte en el complemento perfecto para esta evolución del vestir contemporáneo.

Athleisure: comodidad sin sacrificar el estilo

Slip-Ins Glide-Step responde al espíritu de quienes caminan la ciudad con estilo y libertad. Esta colección combina tecnología de alto rendimiento, diseño ligero y una paleta de colores que se adapta tanto a la ropa casual y prendas neutras como a piezas más sofisticadas.

Para revelar su versatilidad, *Skechers* reunió a María Pía Copello y Juan Carlos Rey de Castro, quienes presentan cinco *outfits* infalibles para esta temporada, mostrando cómo la comodidad y el estilo pueden convivir en toda ocasión.



3 outfits con Slip-Ins Glide-Step para esta temporada

Outfit 1 – Elegancia casual

Juan Carlos Rey de Castro combina un pantalón *drill* con un polo de algodón cuello redondo, blazer plomo y *Slip-Ins Glide-Step*. Un look perfecto para reuniones de trabajo informales, o citas donde se busca proyectar estilo sin perder comodidad.

Outfit 2 – Femenino con carácter

María Pía apuesta por una falda combinada con polo o blusa y un blazer o casaca ligera, sumando sus *Slip-Ins Glide-Step*. Este look es ideal para actividades académicas, presentaciones o reuniones donde la comodidad se mezcla con un estilo femenino sofisticado.



Una moda que se mueve contigo

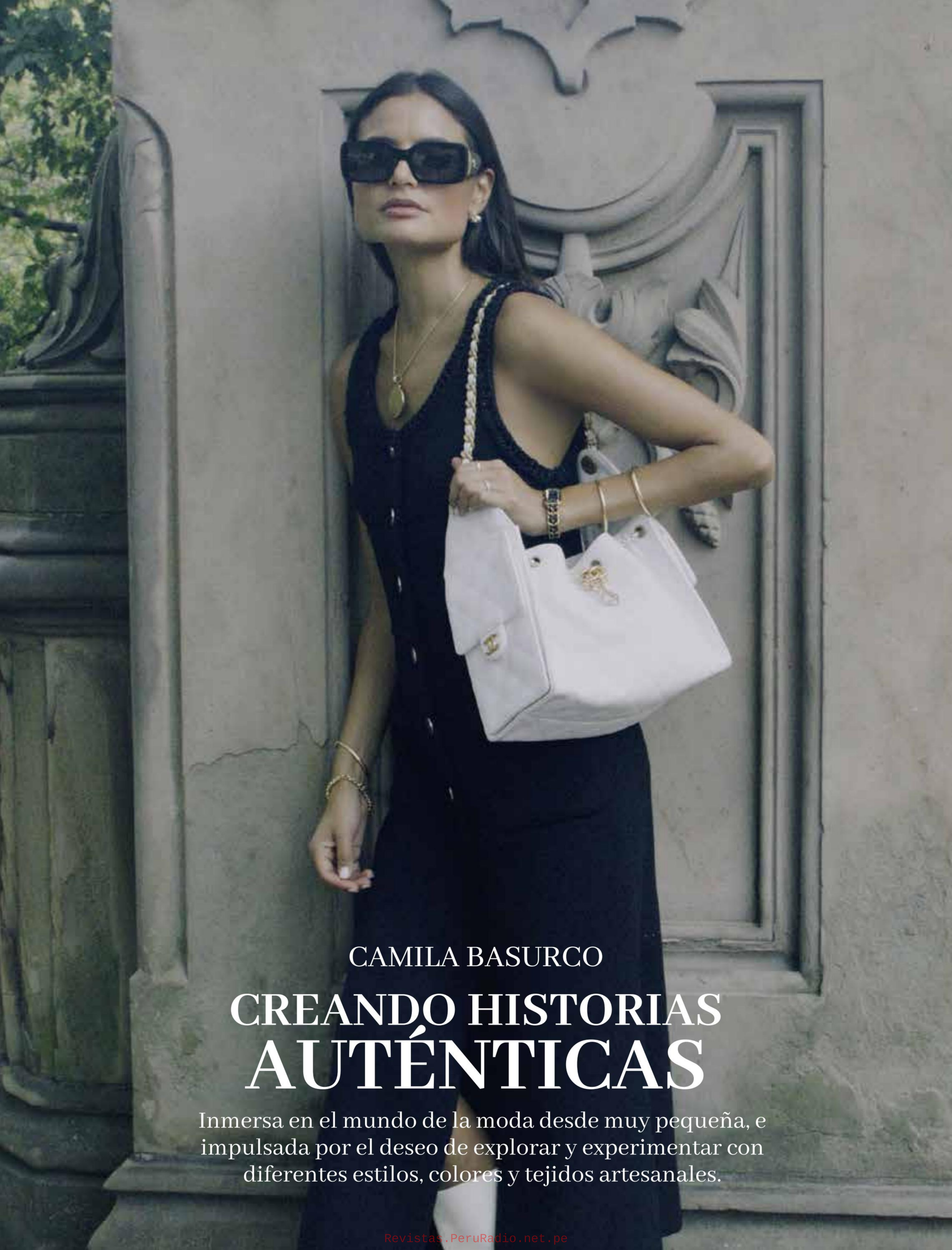
La campaña de *Slip-Ins Glide-Step* busca conectar con personas reales y auténticas.

“Ya no se trata de vestir solo para verse bien, sino para sentirse bien durante todo el día”, afirma el equipo de Skechers Perú.

Outfit 3 – Versatilidad urbana

Para días dinámicos, Juan Carlos opta por un *jogger* negro con polo básico blanco y *Slip-Ins Glide-Step*, un conjunto que se adapta fácilmente a cualquier blazer, casaca o cárdigan. Ideal para quienes buscan practicidad con un toque moderno.

Con *Slip-Ins Glide-Step*, la comodidad se vuelve parte del *outfit*, no un sacrificio de estilo. Disponible para hombres, mujeres y niños, esta línea se adapta a las nuevas formas de vivir, trabajar y moverse. Porque cada paso con *Skechers*, deja huella.



CAMILA BASURCO

CREANDO HISTORIAS AUTÉNTICAS

Inmersa en el mundo de la moda desde muy pequeña, e impulsada por el deseo de explorar y experimentar con diferentes estilos, colores y tejidos artesanales.



Camila Basurco ha trazado un camino destacable en el rubro, consolidando su propia marca en España. Hoy, esa misma pasión, la ha trasladado a *CBT Creative Studio*, su agencia de consultoría creativa.

CBT Creative Studio, una agencia de marketing, PR y dirección creativa para marcas de moda y *lifestyle*, nació hace 3 años como una extensión natural de su recorrido en la moda y su manera de entender la creatividad. “Siempre tuve claro que quería construir un espacio donde las marcas pudieran contar su historia con alma, estrategia y emoción”, afirma.

Así, desde Miami, y con presencia en Lima, Madrid, Ciudad de México, Milán, Colombia y Hong Kong, esta agencia impulsa proyectos que conectan Latinoamérica con el mundo, y el mundo con Latinoamérica.

“La agencia nació de esa necesidad de representar nuestra cultura, nuestro talento y nuestra forma de crear con estándares globales, pero sin perder la autenticidad que nos define”. La misión: crear conexiones reales entre las marcas y las personas, utilizando la creatividad, la innovación y la emoción como herramientas principales. “No se trata solo de comunicar, sino de emocionar”.





Alma y autenticidad

La moda fue el punto de partida de todo. Trabajar y vivir en ciudades como Milán, París, Shanghái, Hong Kong o Madrid, le permitió entender a Camila cómo se construye una marca desde adentro: su ADN, su lenguaje visual, su universo. “Esa visión global, combinada con mi sensibilidad latina, fue lo que me impulsó a fundar *CBT Creative Studio*”.

Así, la graduada en moda y negocios por el Instituto *Marangoni* de Milán, fusionó lo mejor de ambos mundos: la estructura y precisión del lujo internacional, con la energía emocional, colorida y creativa de Latinoamérica.

Su talento y creatividad, la ha llevado a colaborar con grandes marcas como *Chanel*, *Sephora*, *Omega*, *AYNI*, *Flabelus*, *Sophie Crown*, *Aldo* y *Soludos*. “La conexión real sucede cuando una marca es fiel a su esencia. En CBT ayudamos a las marcas a descubrir y comunicar su historia, transformándola en experiencias, emociones y soluciones visuales que generan un vínculo genuino con su audiencia”.

Por supuesto, la natural ambición de Camila, se proyecta a consolidar *CBT Creative Studio* como una de las agencias referentes en *fashion*, *PR* & *creative consulting* en Latinoamérica y Europa.

Además, este año también sigue trabajando en *CBT Shop*, un proyecto personal que planea convertir en una especie de *CBT Boutique*, una tienda conceptual inspirada en las boutiques de hotel, con una curaduría especial de regalos, objetos *chic* y colaboraciones con marcas con alma.

Como siempre, la esencia de Camila Basurco invade cada uno de sus proyectos, ideas y propósito: elevar momentos y emociones.

Camila Basurco, fotografiada por Bell Soto en Nueva York, lleva un total look de Chanel.

CONTACTO:

📷 @cbtcreative

✉ hello@cbt-creative.com

🌐 cbt-creative.com



ALEJANDRA SALINAS

TU ESTILO EMPIEZA POR TU AUTENTICIDAD

Su pasión por la moda y los conceptos visuales
la acompaña desde que tiene memoria.

Desde niña, Alejandra Salinas, *stylist* y directora de arte, tuvo una mirada muy clara sobre lo que le gustaba, acompañada por una necesidad constante de que todo tuviera coherencia estética.

El diseño se volvió, sin querer, en su forma de entender el mundo. Eso, apoyado por crecer rodeada de mujeres creativas: su mamá y su abuela, quienes también amaban la moda, el arte y la decoración. “Ellas me enseñaron a confiar en mi intuición estética y a no tener miedo de crear”

Inspiración e identidad

Aunque también estudio la carrera de economía, Alejandra siempre supo que su camino apuntaba a lo creativo. Así que permitió que su intuición la guiara formándose en diseño de interiores de espacios residenciales en la escuela *Toulouse Lautrec* y llevando cursos

de *styling* en *Vogue College* y dirección de arte en *Central Saint Martins*.

Y, tras seguir su real vocación, nació *The Random Project*, un espacio de asesoría creativa integral. “Damos asesorías *“end to end”*, en las que participo en distintas etapas del proceso creativo: desde el diseño, pasando por la producción audiovisual —que incluye la dirección de arte y el *styling*— hasta el evento de lanzamiento”.

Para crear nuevos conceptos que realcen la esencia de las marcas, la *stylist* se inspira en lo que observa. Le gusta entender el universo de cada marca: quién es y qué quiere comunicar. A partir de eso, construye un concepto que potencie su identidad. “Me gusta pensar que cada proyecto tiene su propio personaje y su propio lenguaje visual”.

Para Alejandra, el ingrediente que permite

conectar, a nivel visual y emocional, a la marca con el cliente, es la coherencia. “Cuando una marca logra que su concepto, estética y narrativa se sientan como una misma cosa, se vuelve creíble y emocionalmente potente. La gente no conecta solo con una prenda o una imagen bonita, sino con una atmósfera que tiene sentido”.

Explorando nuevos universos

Se confiesa curiosa y observadora, y eso la ha ayudado a “predecir tendencias”. “Me encantan las tendencias, las observo y analizo todo el tiempo. Las veo como una forma de inspiración. ¿Qué tanto me dejo influenciar por lo que está de moda? depende de la marca con la que esté trabajando o el objetivo que quiera lograr. Lo importante es partir siempre de la esencia de cada cliente y encontrar cómo traducirla de una manera actual, sin que pierda autenticidad”.

“Me acuerdo que pasaba horas sentada en el piso del clóset de mi mamá ayudándola a elegir qué ponerse —y lo mejor, es que me hacía caso—. Creo que fue a los doce años cuando diseñé mi primer vestido: un disfraz de romana que cosí junto a mi abuela”, recuerda feliz.

Fotografía:
Edward alba





Por ahora, las energías de Alejandra están enfocadas en seguir haciendo crecer *The Random Project* y colaborar con más marcas que compartan una mirada auténtica. “Me gusta involucrarme en cada detalle, desde la idea hasta cómo se traduce visualmente, porque así es como creo que se define mejor la identidad de un proyecto”.

Además, planea seguir ampliando sus fronteras, participando en proyectos internacionales para conectar con distintas miradas creativas. “Me inspira la idea de aprender de otros universos y proyectar el nuestro”. Sin duda, Alejandra seguirá contando historias honestas y únicas en cada una de sus campañas.

CONTACTO:

📷 alejandrasalinasmark
✉ Alejandrasalinasmark@gmail.com



CANELLA BRAND SHOES

PASOS FIRMES QUE EMPODERAN

Canella, una marca de calzado que empodera a las mujeres y las hace sentir fuertes y únicas.



“Cuando te subes a un par de zapatos, algo cambia: te sientes más alta, más decidida. Esa sensación de elevarte, de ganar unos centímetros, es simbólica: es dar un paso más hacia lo que quieres lograr”, dice Daniella con una sonrisa serena.



“Siempre sentí que los zapatos tienen esa magia: te dan seguridad, presencia y determinación”, afirma Daniella Pedraglio, fundadora de la marca. Y es que, aunque a simple vista no lo parezca, un par de zapatos puede despertar el empoderamiento que llevamos dentro.



Que cada par de zapatos sea una pieza especial, capaz de elevar cualquier look y recordarles a las féminas lo poderosas que son. Este es la misión que late en el corazón de *Canella*.

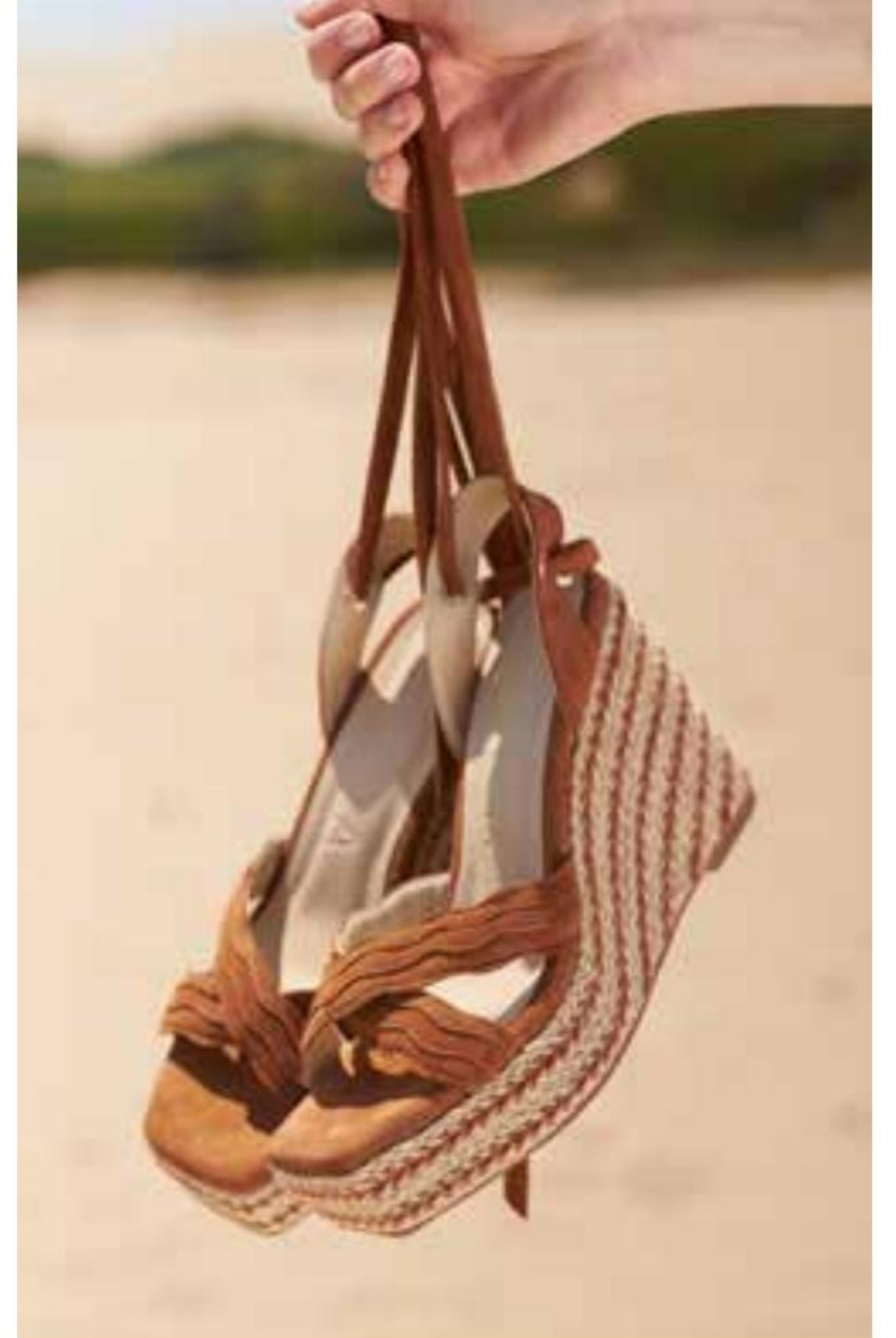
Esencia peruana

Desde el inicio, esta amante de los zapatos soñó con diseñar piezas que transmitieran una historia y reflejaran personalidad en cada detalle. Por ello, cada zapato tiene una historia detrás. Todas sus colecciones están inspiradas en algún lugar del Perú, y cada producto tiene un nombre y una razón de ser; los detalles y los diseños nacen de esa inspiración. Todo está conectado. “Me encanta inspirarme en nuestras culturas, en historias, en símbolos y en todo aquello que pueda honrar nuestras raíces. Cada diseño nace desde ese orgullo de mostrar lo que somos”.

Así, todo en *Canella* está pensado desde el diseño: los tacos cuadrados, que se han convertido en uno de sus sellos distintivos, junto con anillos, rombos, puntas cuadradas y cercos geométricos, que hacen de cada modelo un verdadero *statement piece*, o una pieza que resalta.

“Nos gusta jugar con las formas geométricas, incorporar materiales sostenibles y reinterpretar las tendencias para crear las nuestras, rompiendo paradigmas y explorando nuevas formas de expresión”, agrega.





Arte, cultura y moda

Si bien su material base es el cuero, como parte de su filosofía, *Canella* también incorpora materiales sostenibles peruanos como la alpaca y el paiche, que son teñidos con tintes naturales. “*Canella* tiene una identidad muy marcada: no seguimos las tendencias al pie de la letra, sino que las reinterpretemos desde lo que somos, respetando siempre nuestro ADN”.

Al mismo tiempo, valoran profundamente la exclusividad y la calidad artesanal, por lo que trabajan con ediciones pequeñas, hechas completamente a mano, lo que le da a cada pieza un carácter único y auténtico. Además, ofrecen la posibilidad de personalizar algunos modelos, adaptándolos a los gustos o necesidades de cada cliente.

Y como parte de su crecimiento, actualmente están en proceso de ingresar a otra tienda internacional, además de Nueva York y Canadá, y evaluando proyectos para participar en ferias en el extranjero.

“Sueño con que algún día nuestras colecciones lleguen a más lugares del mundo, para que a través del arte y el diseño se pueda conocer un poco del Perú y de todo lo que tenemos por compartir”, culmina Daniella, con esa pasión que la seguirá llevando a cumplir todos sus sueños.

CONTACTO:

🌐 canellabrandshoes.com

📍 Avenida La Mar 550, Miraflores

☎ 978 176 670



DIOR

REGALOS MÁGICOS CON DIOR BEAUTY

Seductora y sofisticada. Femenina y sexy. Elevar tu belleza es una declaración de amor propio. Y, en esa energía de sensualidad y lujo, *Dior* se convierte en un aliado glamoroso y exquisito. Notas florales e intensas del icónico *Jadore*, labios suaves y revitalizados con *Dior Addict Lip Glow*, o un efecto volumen amplificado para una mirada profunda con *Diorshow Overvolume*.

Deléitate con la guía de regalos que nos trae *Dior Beauty* para esta Navidad.



1. J'adore l'OrParfum. | 2. Dior Addict Lip Glow Oil.
3. La Mousse OFF/ON. | 4. Sauvage Eau de Parfum. | 5. Base Forever Hydra Nude.



1. Dior Addict Lip Maximizer. | 2. Máscara Diorshow Overvolume.
3. Capture Le Serum. | 4. Miss Dior Essence.

HALF NAKED

TU BIKINI COMO DECLARACIÓN DE ESTILO

Sábado al mediodía. El sol sonríe. Corre ese viento fresco con aroma a mar que te recuerda por qué amas el verano. Es perfecto. Y en esa armonía de enero, reluce un traje de baño vanguardista, sensual y cómodo, que termina de cerrar el círculo de la perfección.

“La esencia de nuestra marca es ese toque sexy y sin esfuerzo que se siente tan bien como se ve, siempre trendy. Nuestros bikinis buscan comodidad total, sin perder la actitud y el estilo”, afirma Daniella Rodríguez, una de las fundadoras de la marca.





Half Naked, es una marca de trajes de baño inspirada en esos veranos interminables y esa deliciosa sensación despreocupada de no necesitar nada más que uno mismo para disfrutar de la vida. Una marca para aquellas mujeres que se sienten cómodas y seguras en su propia piel.

Femenina y magnética

El viaje de *Half Naked* comenzó en 2016, en la búsqueda de crear una marca para mujeres que optan por las piezas atemporales, más que por las tendencias temporales.

La atención a los materiales es primordial para garantizar la durabilidad de las prendas, por lo que los trajes de baño mantienen su forma, color y textura por mucho tiempo. Su premisa es confeccionar bikinis sencillos con la mejor calidad de licra e insumos del mercado textil. “Nuestros bikinis te duran muchísimos años si sigues las instrucciones de cuidado que recomendamos. Los elásticos no seden y la licra no se destiñe”, explica Michaela Salazar, socia fundadora.



Para crear las nuevas colecciones, el equipo de *Half Naked* hace primero una extensa investigación de las tendencias de moda establecidas por la WGSN, una plataforma líder en pronósticos de moda, diseño, consumo y estilo de vida. “Con esta información adaptamos los diseños a nuestro estilo y siempre mantenemos a nuestros *best Sellers*, o los más vendidos. Y hacemos lo mismo con la selección de colores y estampados”, agrega Michaela.

“Eso sí, siempre hay un elemento muy “nuestro” en todas las colecciones, sea inspiración que saquemos en algún viaje, algún accesorio que nos guste, diseñadores o lugares. Lo más importante para diseñar, es que nos tiene que gustar a nosotras”, dice Daniella.

Para este año, la marca ya tiene tres colecciones con las tres tendencias principales del 2026. Además, antes de cada lanzamiento tienen en cuenta el *Pantone* del año, un sistema de igualación de color utilizado en la industria gráfica y de la moda.

A corto plazo, las fundadoras se están enfocando en crear una marca que no sólo ofrezca *swimwear*, sino que también tenga toda una línea *resort-wear*. Sumado a ello, también se proyectan en buscar nuevos mercados para crecer, como USA, Europa y México.

El verano 2026 está a la vuelta de la esquina, y el bikini ideal espera por ti para brillar bajo el sol.

CONTACTO:

📷 halfnakd_swim

🌐 www.halfnakedswim.com

📍 Miguel Dasso 126, local 209, San Isidro.

XIMENA MORAL

DIAS SOLEADOS, ALMA BRILLANTE

Las brochas, los labiales y las sombras
enamoraron a la influencer de moda
Ximena Moral cuando era apenas una
niña de 13 años.





Natural, libre y espontánea, Ximena Moral se ha convertido en la musa de *Half Naked*. La talentosa influencer y la reconocida marca, han hecho el match perfecto, uniendo y potenciando estilo, sensualidad y libertad.

Las piezas de *Half Naked* aman a Ximena, y ese amor es recíproco. Traspasa los lentes de la cámara. Y es que, al unir la energía y brillo de Ximena con la sencillez y comodidad de los trajes de baño de la marca, el estilo se expande. Todo se enriquece.

Ximena, quien actualmente radica en México, combina su faceta como modelo con la maternidad, y sin duda, disfruta de ambas al máximo. Divide sus días entre sesiones fotográficas, colaboraciones, sesiones de estimulación temprana – ya que acaba de ser mamá de su segundo hijo – y viajes de trabajo. Ella lo ama todo. Y todo, lo hace bien.

Su universo ya fluía entre la belleza, el cuidado personal y la moda. Era el inicio de un destino que la esperaba desde siempre: brillar con luz propia.



DONNA MONNA

INSPIRACIÓN CREATIVA PARA TU ESPACIO

Llenar la vida de color y
personalidad a través del diseño,
es la esencia de Donna Monna.





Donna Monna, una marca que ofrece piezas de diseñadores y productos internacionales. Donna Monna nació como un proyecto de mamá e hija en el 2015. Patricia Canepa (mamá) y Cristina Musso (hija), potenciaron su curiosidad natural por encontrar objetos únicos y ofrecer accesorios de moda creativos que sumen estilo.

Así, con la mezcla perfecta de dos visiones, una madura y otra más joven, empezaron con un pequeño taller y crearon su primer producto: collares de borlas. “Nuestras combinaciones de colores y propuestas gustaron, y las clientas mismas nos fueron pidiendo más. Rápidamente ampliamos nuestro horizonte en búsqueda de diseñadores y marcas internacionales que puedan complementar nuestra propuesta y fuimos representando otras marcas de accesorios de moda”, asegura Patricia.

No pasó mucho tiempo, y la marca se fue ampliando y evolucionando naturalmente. Pronto, ya tenían nuevas líneas: objetos de regalo, piezas de mesa, vajilla, artículos de decoración hasta llegar a traer muebles, lámparas y papel decorativo.

En la actualidad, trabajan con más de 60 marcas, la gran mayoría de ellas provenientes

de Europa. Algunas de las más importantes que tienen en la sección casa son: *Zafferano* (Trevino), *Le Jacquard Français* (Paris), *La Gallina Matta* (Roma), *Anna + Nina* (Amsterdam), *Addisson Ross* (Londres), *Octaevo* (Barcelona), entre otras.

El diseño es el factor preponderante antes de elegir un producto a incluir en el *showroom*. Por supuesto, de la mano con la calidad, los materiales y un precio acorde con el mercado peruano.

Funcionalidad y estética

El estilo y selección de marcas está curada a través de la unión de dos perspectivas y dos gustos para encontrar objetos, accesorios y pequeñas cosas que hacen felices a madre e hija. Y es esa misma felicidad, la que quieren transmitir y trasladar a todas las personas que conecten con *Donna Monna*.

“Por el lado materno de nuestra familia, siempre ha habido mucha cercanía al diseño, a la moda, al mundo de las flores, textiles, tapices, acabados, etc. La visión que tenemos es nuestra, es difícil de replicar”, afirma Cristina.

Entre sus proyectos a corto plazo, Patricia y Cristina planean seguir consolidando las

últimas líneas de decoración en las que han incursionado. “Nos encantaría que cada vez más peruanos conozcan lo que ofrecemos y se atrevan a llenar sus espacios de color y personalidad”, añade Cristina.

Finalmente, lo que llena sus corazones de alegría, es compartir la emoción con sus clientas cuando encuentran una pieza que las enamora y tienen la certeza que se la llevarán a un espacio para disfrutarla mucho.

“Si bien todo lo que tenemos es de alta calidad y por ende su precio lo refleja, intentamos mantener los mismos precios de Europa o USA, aunque sea un producto importado”, agrega Patricia.

CONTACTO:

📷 donnamonnatw

🌐 www.donnamonnatw.com





FERRAND & CIA.

EL ARTE DE VIVIR BIEN

Son detalles los que marcan una diferencia esencial. Detalles que elevan un ambiente, o, por qué no, una mesa: una fina pieza de cristal, una elegante copa de vino, o una hermosa vajilla que coquetea con el brillo de un cubierto de alta gama. Así es como ocurre la magia: en el disfrute de lo impecable.

Enaltecer espacios para crear experiencias sofisticadas y genuinas, ha sido la misión de Ferrand durante 167 años, una reconocida marca de cristalería que ha ido evolucionando, reinventando la tradición con innovación.



En *Ferrand*, cada detalle está pensado para ofrecer momentos que trascienden, combinando historia y diseño contemporáneo. Si bien la cristalería es su foco principal, la ha complementado con una amplia colección que abarca distintas líneas para todas las ocasiones.

Así, hoy *Ferrand* presenta cinco colecciones de vajillas, cinco líneas de cubtería, adornos y accesorios, además del espacio *Ferrand Gourmet*, una nueva propuesta que cuenta con una selección de vinos franceses, portugueses e italianos, junto con la incorporación de *Tony's Choclonely*, un chocolate de impacto social y combinaciones únicas y atrevidas.

Lo que sí ha perdurado han sido sus diseños, modernos o más tradicionales, sus diseños incorporan siempre un profundo respeto por ese legado de atención al detalle y sofisticación.

Historia de éxito

Alonso Valdez Prado, actual gerente general de *Ferrand*, inició hace algunos años una transformación profunda en la empresa, ampliando la oferta con líneas de vajillas, cubtería, adornos y la reciente creación de *Ferrand Gourmet*. Esta expansión ha mantenido intacta la esencia de la tradición, al mismo tiempo que la ha actualizado y enriquecido.

A principios de los años 80, Napoleón Valdez Ferrand inició esta evolución, expandiendo el negocio más allá de la cristalería tradicional y dando un importante giro hacia la producción de envases de vidrio para la industria cosmética, principalmente de exportación. Su visión sentó las bases de lo que hoy representa la empresa.



Celebrando lo cotidiano

“La digitalización, junto con la innovación tecnológica, es nuestra vitrina principal hacia los próximos 167 años. Queremos que la cristalería siga siendo el eje central, complementada con nuestras líneas de vajillas, cubertería y la chispa distintiva de *Ferrand Gourmet*”, sostiene Alonso Valdez Prado, gerente general.

Justamente, la transformación digital ha sido clave para mostrar la historia de *Ferrand* con frescura, logrando conectar con nuevas generaciones. De esta manera, *Ferrand* ha dejado sentado que no solo ofrece productos de alta calidad, sino experiencias que elevan lo cotidiano.

Como parte de su crecimiento constante, entre sus próximos planes está inaugurar su primera *Flagship Store*, un espacio diseñado para acercarse aún más a sus clientes y ofrecer una experiencia integral que una lo físico y lo digital en una propuesta elegante. Sin duda, una nueva aventura que seducirá a todos los visitantes.



RIMAC FORTALECE EL BIENESTAR CON SU TORNEO DE GOLF 2025

En un ambiente que fusiona el deporte y las relaciones empresariales, RIMAC celebró una nueva edición de su exclusivo Torneo de Golf.



Una experiencia diseñada para fortalecer los lazos estratégicos entre los principales líderes del mundo corporativo.

La jornada se realizó en el Country Club La Planicie, donde desde temprano representantes y directivos de importantes empresas líderes disfrutaron de una experiencia que combinó competencia, bienestar y networking en un entorno natural y relajado.

Deporte, bienestar y relaciones estratégicas

El evento inició con un desayuno de bienvenida y una zona de práctica impulsada por Estar Bien, antes de dar paso al tradicional Shotgun a las 8:00 a.m., que marcó el inicio oficial del torneo bajo la modalidad *Stableford - 4 Man Scramble*.

A lo largo de la mañana, los participantes recorrieron el campo en un ambiente relajado que favoreció la colaboración, el compañerismo y las oportunidades de conversación entre colegas del ámbito corporativo. Las estaciones de snack distribuidas estratégicamente ofrecieron un punto de pausa y disfrute en medio del juego.

El broche final de una jornada con el toque RIMAC. El torneo culminó con un *cóctel de integración*, seguido de un *almuerzo buffet* y la *ceremonia de premiación*, donde se reconoció el desempeño de los ganadores y se destacó el espíritu de comunidad entre los asistentes.

Por su parte, **Carlos Rizo Patrón**, Vicepresidente Corporativo de RIMAC, destacó la importancia del evento como una plataforma de relacionamiento de alto nivel: "Nuestra misión es brindar experiencias que reflejen la excelencia de nuestra marca y fortalezcan la confianza de nuestros aliados estratégicos".

"Más que una competencia, este torneo es un espacio para celebrar el vínculo con nuestros clientes corporativos y generar nuevas oportunidades de colaboración", comentó Alejandro Núñez Oporto, Gerente del Segmento Empresas de RIMAC.

Experiencia premium, sello RIMAC

Cada detalle del evento —desde el kit de bienvenida hasta la hospitalidad en el campo— reflejó el compromiso de RIMAC por crear y ofrecer **experiencias de alto valor**, donde el bienestar, la exclusividad y el networking se entrelazan para crear momentos memorables.

Con este de torneo de golf: edición invierno, RIMAC renueva su compromiso con el bienestar, impulsando experiencias que fortalecen vínculos y promueven el crecimiento en comunidad.



NAGIB ZARIQUIEY

ALTAMAR: UN LENGUAJE DE CONEXIÓN ENTRE LA NATURALEZA Y EL MAR



Un espacio de creación. Eso era lo que deseaban Nagib Zariquiey, entusiasta de las artes plásticas, y su madre, la ceramista Diana Morcos, cuando fundaron *Altamar* a fines de 2017.



Hoy *Altamar Ceramic Studio*, se caracteriza por su propuesta de diseño contemporáneo, apoyado en la investigación constante y en la experimentación de materiales, formas y esmaltes en su laboratorio. Así, su diseño tiene una identidad muy propia en la que la naturaleza es la musa y su sello distintivo lo conforman las formas minimalistas, las texturas orgánicas y los tonos en los que el azul es recurrente.

La belleza de lo imperfecto

Para realizar sus piezas, siempre hechas a mano, emplean la rueda de alfarero, técnicas manuales —placas, rollitos, pellizco— arcillas coloreadas y moldes de yeso para la arcilla colada, donde formulan sus propios esmaltes, desde los convencionales brillantes hasta los vidrios con enfoque experimental a base de ceniza de árboles recogidos. Además, para lograr efectos innovadores, juegan con la sobreposición de los esmaltes.

Cada una de sus piezas es un recordatorio de que lo simple, lo imperfecto y lo hecho con intención, tiene valor. En un mundo que se acelera, Altamar elige la pausa, el cuidado y la vida lenta.

Se trata de piezas que no solo acompañan una mesa, sino que también transmiten una manera de mirar, de sentir, de conectar. “Cada colección es una conversación entre materia, paisaje y personas. Una forma de volver, una y otra vez, al centro”, afirma Zariquiey.

Con el tiempo, *Altamar Ceramic Studio* se ha posicionado como un socio creativo de restaurantes premiados y hoteles internacionales, produciendo piezas utilitarias para proyectos de esa índole. Evidencia de la calidad y creatividad de sus piezas, *Central*, considerado entre los mejores restaurantes del mundo, fue su primer cliente y continúa siéndolo desde el 2019.



Lo bautizaron con este nombre por su fuerza simbólica y sentimental. “Mi abuelo tenía una empresa de pesca en Arequipa y hablaba constantemente de los pescadores en altamar. Me imaginaba ese lugar sagrado, abundante, donde solo los valientes llegaban. Nuestra intención es crear piezas inspiradas en esa energía, en la naturaleza y en la fuerza del mar”, revela Zariquiey.

“Nuestro enfoque se mantiene fiel a su origen: diseñar desde la observación, con sensibilidad y atención al detalle”, finaliza el artista.

CONTACTO:

altamar.ceramics



IVANA MORZÁN TAJMANI

EN EL DETALLE EMPIEZA EL ENCANTO

La arquitectura trata de hacer el mundo más parecido a nuestros sueños. Espacios más cálidos, lugares más habitables, ambientes donde eres más feliz.



“Mi pasión por la arquitectura y el diseño interior nació conmigo, casi como un juego que con el tiempo se volvió mi camino. Desde niña soñaba con tener una casa en la playa, y pasaba horas dibujando con plumones de colores cómo sería su distribución perfecta”, recuerda.

La arquitectura es escultura habitada. Y en ese propósito está inmersa Ivana Morzán Tajmani, que, con sobriedad y elegancia, logra transformar espacios simples en verdaderas utopías.

Con los años, ese impulso por crear se hizo más real. Junto a su mamá, emprendieron la remodelación completa de su departamento, sin ayuda de ningún profesional, guiadas solo por la intuición y la ilusión. “Fue ahí, entre planos improvisados y pinceladas de pintura, donde descubrí que diseñar no era solo transformar lugares, sino dar vida a lo que uno imagina”.

Inspiración y sensibilidad

La premisa profesional de Ivana es diseñar con propósito y sensibilidad, creando espacios útiles y bien aprovechados que transmitan emociones, cuenten historias y mejoren la vida de quienes los habitan. Y es que esta talentosa arquitecta convierte la luz en un lenguaje seductor, y entrelaza estética e innovación creando diseños contemporáneos.

Desde los pisos hasta los techos, pasando por paredes, revestimientos y detalles, Ivana hace que cada espacio renazca y brille con una nueva identidad. “Queremos que cada elección que hacemos, refleje la esencia de quienes lo habitarán”, sostiene. Y sí, se trata de dar imaginar, crear y dar vida a cada proyecto que está en sus manos.

Pero no solo se trata de estética y calidez, para Ivana también es muy importante la funcionalidad al momento de diseñar y mejorar los ambientes. Por ello, pone énfasis tanto en los materiales como en la distribución de elementos. Para ella, la arquitectura debe tener un propósito práctico además de ser visualmente atractiva.

Por ello, antes de iniciar un proyecto, evalúa la conexión con el cliente. “Para mí es esencial que exista confianza y entendimiento mutuo. Diseñar un espacio es casi un trabajo psicológico: implica conocer sus emociones, hábitos y sueños para transformarlos en forma, color y armonía.”, agrega.

Estética y confort

Más allá del sofisticado diseño que impera en sus proyectos, Ivana y su equipo de trabajo también diseñan y fabrican piezas a medida y solicitud de sus clientes: muebles que cuentan una historia, alfombras que enriquecen una entrada, o piezas antiguas restauradas, cada elemento seleccionado aporta belleza y significado. “Desde la elección de la tela, diseño y planos, hacemos que cada pieza se convierta en realidad”, agrega.

Así, los espacios de esta arquitecta están pensados para detenerse, mirar y quedarse. Como esa pausa donde encuentras la calma y renuevas la energía. “Creemos que los detalles no tienen que gritar para transformar un espacio, basta con que estén ahí, en silencio, haciendo que todo fluya”.

Se trata de que cada elemento cumpla una función emocional y funcional al mismo tiempo, conviviendo en armonía. “Todo debe estar hecho a medida para que el diseño no interrumpa, sino acompañe”, finaliza. La consigna es crear una atmósfera donde lo esencial, se sienta.

CONTACTO:

📧 ivanamtajmani.arq

✉ ivanamtajmani@gmail.com

☎ 956 351 131



PECHUFREE

APRENDER A ELEGIR SANO TAMBIÉN ES AMOR

Pechufree ha logrado lo impensable:
crear productos irresistibles
que priorizan el bienestar
y cuidan la salud.



En un mundo donde la alimentación saludable y las restricciones dietéticas pueden parecer una barrera para disfrutar del buen sabor, *Pechufree* ha logrado lo impensable: crear productos irresistibles que priorizan el bienestar y cuidan la salud.

Detrás de esta revolución está Anika Weinstein, quien ha convertido su pasión por la comida saludable en una marca que hoy es sinónimo de calidad, innovación y sabor.z

Un sueño que fue creciendo

Lo que comenzó como un pequeño proyecto desde casa, pronto se convirtió en una necesidad de expansión. “El *delivery* estaba explotando en Lima y yo estaba manejando todo sola desde mi casa. Llegó un momento en que no daba abasto, *Rappi* sonaba sin parar y casi me quería matar”, confiesa Anika entre risas. Fue entonces cuando decidió dar un paso más allá y alquilar un local pickup, un formato que le permitiera seguir creciendo sin perder la esencia de *Pechufree*.

Y, como el crecimiento es la consigna, y sumado al punto de venta que ya tienen en La Molina., ahora están próximos a inaugurar su nuevo local en el boulevard de Asia, un espacio perfecto para los veraneantes que aman cuidarse. “Estamos felices y agradecidos con esta apertura, y por supuesto con nuestros clientes que son el motor que nos impulsa a seguir creciendo y mejorando”. Además, el próximo año la marca tiene planes de inaugurar su primer local en Argentina.

La promesa de Anika es comer rico y saludable todos los días. Y es que la posibilidad de probar una torta de chocolate sin azúcar, sin harina, sin gluten y sin lácteos, y por supuesto, deliciosa, solo es posible gracias a *Pechufree*.

Dulzura placentera

En el último tiempo, *Pechufree* ha lanzado un sinfín de nuevos productos, siempre fieles a su filosofía: sin gluten, sin azúcar y, en muchos casos, sin lácteos. Uno de los productos que ha llegado con fuerza son los *pechureables*, que son los cuchareables saludables hechos sin azúcar y sin harina, perfectos para una merienda ligera de media mañana o media tarde.

Y, como el verano ya está a la vuelta de la esquina, han lanzado una nueva línea de helados de yogur *frozen* sin azúcar, delicias saludables que todos los amantes de los helados encontrarán en los supermercados.

CONTACTO:
📷 [pechufree_glutenfree](#)

Hoy, con un equipo sólido y una comunidad que cada día crece más, *Pechufree* se consolida como una marca referente en el mundo de la alimentación saludable. “Yo solita empecé esto y hoy tengo un equipo increíble que me permite seguir innovando y soñando en grande”. Sin duda, lo mejor está por venir.



PERFUMERÍAS UNIDAS EVOLUCIONA Y PRESENTA SENTUA

La nueva era de la belleza en el Perú.



Después de más de tres décadas liderando el mercado de la belleza, Perfumerías Unidas da un paso decisivo en su evolución y se transforma en **Sentua**, una marca que redefine la manera de vivir y compartir la belleza en el Perú.

Sentua nace con una propuesta moderna, cercana y aspiracional que trasciende la simple compra de productos. Su esencia combina autenticidad, innovación y estilo, invitando a cada persona a descubrir y expresar su propia forma de vivir la belleza.

Una experiencia de belleza reinventada

Como parte de esta transformación, Sentua suma propuestas innovadoras en skincare, maquillaje, fragancias y accesorios. Además, eleva la experiencia en tienda con espacios interactivos que incluyen:

- » Zonas de prueba de productos.
- » Talleres y activaciones exclusivas.
- » Asesoría personalizada alineada a las últimas tendencias.

Asimismo, Sentua alista el lanzamiento de su **programa de lealtad**, reafirmando el vínculo con sus clientes de siempre y sumando nuevas generaciones a esta comunidad.

Con este rebranding, Sentua consolida su liderazgo en la industria de la belleza en el Perú y se proyecta hacia la región como un símbolo de **innovación, estilo y cercanía**, invitando a todos a descubrir un universo donde cada detalle cuenta y cada persona tiene un espacio para expresarse.



“Este cambio no es solo un nuevo nombre, es el inicio de una etapa donde la belleza se convierte en experiencia, conexión y expresión personal. Con Sentua buscamos estar más cerca de nuestros clientes y acompañarlos en su manera única de vivir la belleza”, destacó Andrea Catter, Gerente de Marketing.





CLAUDIA LIVING
**CALIDAD Y
AMOR EN CADA
CUCHARADA**



“Creemos que la repostería debe ser una celebración de la vida, una oportunidad para disfrutar de momentos únicos e irrepetibles”, afirma. Y, sin duda, cada una de sus obras de arte en azúcar son la demostración de un sueño que se ha construido, y hecho realidad, a base de mucho amor y perseverancia.



Los postres son el cuento de hadas de la cocina, un final feliz luego de la cena. Y lo mejor, es que puedes repetir los finales felices todas las veces que quieras. Sí, saborear suavemente cada bocado de una torta de chocolate húmeda y rellena de manjar blanco, o que el tiempo se detenga al probar una torta de tres leches con merengue y frambuesas, puede ser la plena felicidad. Y *Claudia Living*, es la evidencia de que el cielo existe en la tierra.

La historia de *Claudia Living* está íntimamente ligada a la pasión y al talento de su fundadora, Claudia Carrión. Su amor por los postres viene de generaciones atrás, ya que su abuela tuvo una escuela de repostería donde ella trabajó como profesora a los 18 años. Entonces, ella no imaginaba todo el universo de azúcar que le esperaba.

Claudia comenzó su trayectoria en el mundo de la gastronomía con la apertura de su primera tienda, *Casa Gourmet*. Rápidamente, *Casa Gourmet* se convirtió en un referente en el sector, conocido por su atención al detalle, el uso de ingredientes de la más alta calidad y un enfoque innovador en cada receta y presentación de sus productos.

El poder del dulce

Impulsada por su éxito y su deseo de ofrecer una experiencia aún más exclusiva, Claudia decidió crear *Claudia Living*, una marca que lleva la pastelería a un nuevo nivel. Así, con un compromiso inquebrantable con la excelencia, sus productos

llevan un sello personal de calidad e innovación, diseñados para convertir cualquier ocasión en un evento memorable.

Tortas especiales, queques, tortas personalizadas, sin gluten, todo es posible en el dulce mundo de Claudia Carrión. “La experiencia de todos estos años que hemos estado detrás de cada postre, creándolos junto a un super equipo con productos e insumos de la mejor calidad y, con ese toque especial que es la decoración, nos han permitido llegar a los corazones de nuestros clientes”.

Además, para esta temporada de verano, *Claudia Living* ha incorporado una nueva y fresca experiencia: *Greek Frozen Yogurt*, un frío deleite que conquistará y refrescará los paladares de todos sus comensales. Y, como parte de su esencia evolutiva, Claudia ya tiene entre sus planes expandir el grupo creando más rubros de comida.

Así, en *Claudia Living*, cada detalle cuenta. Cada sabor es una historia. Y cada cliente es parte de la familia.

CONTACTO:

📷 @claudialiving

📍 Av. General Juan Antonio Pezet 1467, San Isidro

📍 Santiago de Compostela 157, La Molina.

PACÍFICO Y SICUREZZA SE UNEN PARA QUE MÁS MUJERES ESTÉN SEGURAS DE VERDAD

Unir esfuerzos, unir objetivos, unir misiones. La unidad y la victoria son sinónimos. Y es bajo esta visión de unidad que *Pacífico* y *Sicurezza*, dos industrias distintas, han encontrado un punto en común: la seguridad y la importancia de la prevención del cáncer.

Es así que *Pacífico*, empresa líder de seguros y planes de salud, y *Sicurezza*, una marca revolucionaria de ropa interior sin costuras, crearon “Seguras de Verdad”, una alianza que busca brindar a las mujeres tranquilidad y los recursos necesarios para que puedan enfrentar con mayor seguridad una situación difícil.

Seguridad es bienestar

Es así que, desde el mes de octubre, todas las personas que realicen compras en *Sicurezza* podrán acceder a un respaldo económico inmediato, en caso de un primer diagnóstico de cáncer.

Las personas que adquieran productos por un valor mayor a S/499 contarán con hasta S/15,000 de respaldo. Asimismo, por compras superiores a S/399 tendrán un apoyo de hasta S/8,000, y quienes compren más de S/299, recibirán un beneficio de hasta S/4,000.

Este beneficio se activará ante el primer diagnóstico de cáncer y podrá usarse de manera flexible, tanto para mujeres como para hombres, ya sea para cubrir gastos personales, médicos o complementar un seguro oncológico. Incluso, quien realice la compra puede destinar el beneficio a otra persona allegada que lo requiera.



Más que una cobertura médica, se trata de un apoyo económico inmediato diseñado para dar un respiro y permitir que los pacientes se concentren en su recuperación.

“Merecemos sentirnos protegidas, tanto por fuera como por dentro. Con esta iniciativa, cada compra se transforma en un acto de prevención y respaldo real, porque su bienestar es nuestra prioridad”, comenta Ileana Tapia, fundadora de Sicurezza.

Mujeres protegidas

Hoy la seguridad femenina va mucho más allá de lo físico. Implica prevención, bienestar integral y también contar con un respaldo real frente a lo inesperado. Así, hay algunas dimensiones clave de la seguridad femenina moderna:

Según Globocan, al cierre de 2025 se espera que el país haya superado 80 mil nuevos casos de cáncer, lo que convierte a esta enfermedad en uno de los principales desafíos de salud pública en el Perú.



- 1. Prevención asegurada:** La prevención ya no se limita a chequeos médicos regulares. Hoy implica contar con productos que brinden respaldo económico ante un diagnóstico inesperado. Seguros como los oncológicos o planes con indemnización por primer diagnóstico, son aliados clave para garantizar tranquilidad.
- 2. Bienestar integral:** Va desde hábitos saludables como la alimentación balanceada y el ejercicio, hasta la gestión del estrés y el cuidado de la salud mental. El bienestar emocional es parte esencial de sentirse protegida.
- 3. Autonomía financiera y respaldo económico:** La capacidad de afrontar imprevistos de salud sin comprometer la estabilidad financiera personal o familiar, es parte del nuevo concepto de seguridad.

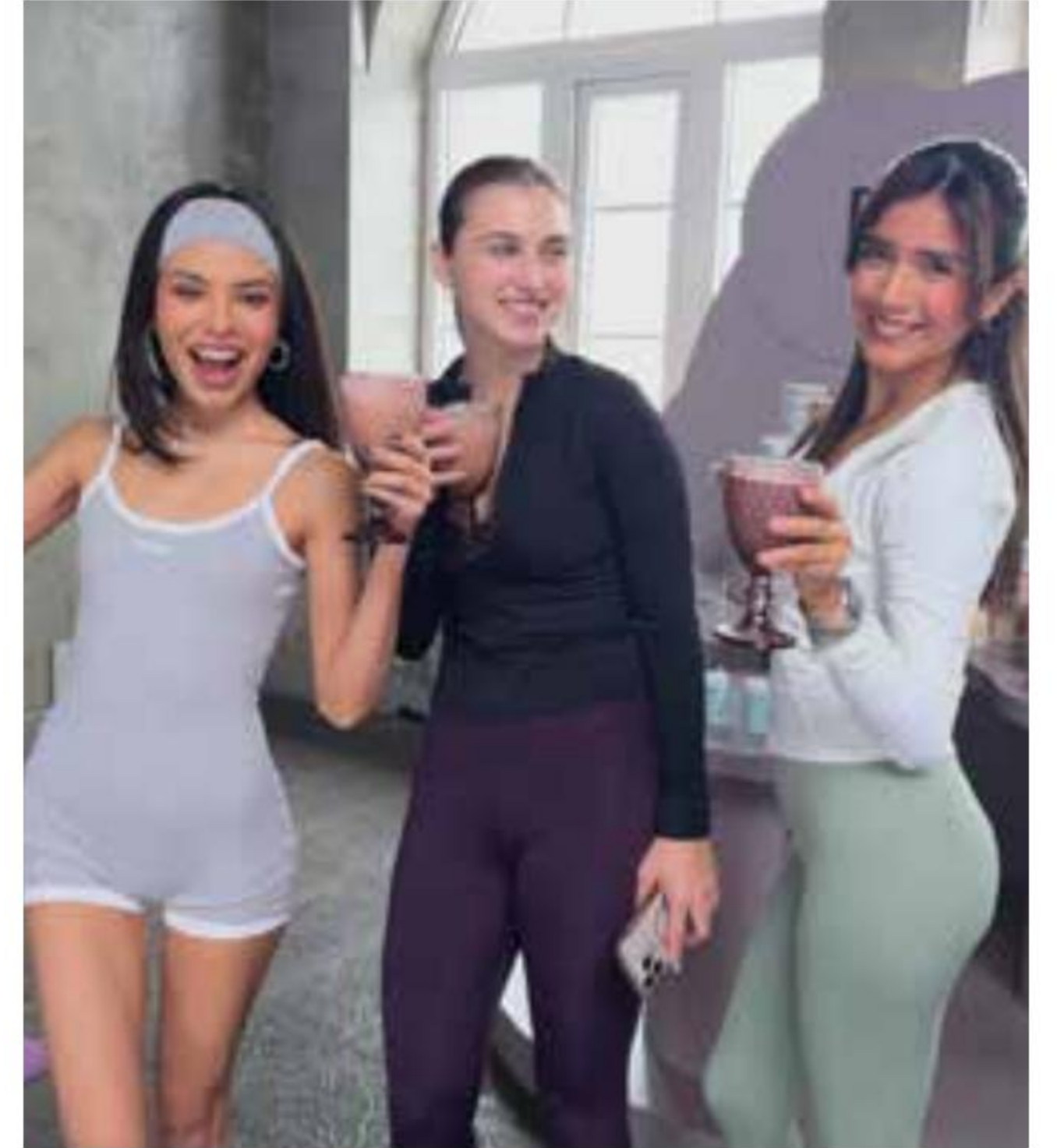
“Buscamos nuevas formas de llegar a más personas innovando en los canales en los que estamos presentes. La alianza con *Sicurezza* es una muestra de ello: queremos estar cerca, no dejarlas solas y ofrecerles el soporte que necesitan para afrontar momentos difíciles”, comentó Beatriz Arenas, Gerente de la División de Seguros de Pacífico Salud.



ORIFLAME

ANTES DE CERRAR EL AÑO, RECONECTA CONTIGO

Hábitos y suplementos nutricionales que fortalecen tu bienestar.



De acuerdo con especialistas en bienestar de **Oriflame**, cuidar el cuerpo y la mente no tiene por qué ser complicado, pequeños cambios diarios pueden marcar la diferencia. Su línea **Wellosohy** promueve un enfoque integral que combina buenos hábitos con una nutrición consciente y el apoyo de suplementos nutricionales que cubren necesidades específicas del organismo.

Los expertos coinciden en que el equilibrio empieza con una buena alimentación, movimiento y descanso, pero también con brindar al cuerpo los nutrientes que necesita para funcionar de manera óptima. En ese sentido, los suplementos nutricionales pueden ser aliados valiosos para complementar la dieta y mantener una salud integral. Entre los más recomendados se encuentran:

- » **Batidos de proteínas**, que ayudan a mantener la masa muscular y aportar saciedad.
- » **Omega 3**, esencial para la salud cardiovascular y cerebral.
- » **Antioxidantes naturales como la Astaxantina**, que protegen las células del daño oxidativo y promueven una piel saludable.
- » **Multivitaminicos y minerales**, que fortalecen

el sistema inmunológico y combaten el cansancio.

- » **Magnesio, calcio y vitamina D**, claves para el bienestar óseo y muscular.

“En Oriflame creemos que la verdadera belleza empieza con el bienestar. Por eso desarrollamos productos que acompañan un estilo de vida equilibrado, brindando soluciones accesibles y naturales para sentirse bien por dentro y por fuera”, comenta **Carla Insúa, Gerenta General de Oriflame Perú**.

A través de su línea de suplementos, que incluye proteínas, vitaminas, minerales, omega 3 y antioxidantes, busca acompañar distintas necesidades del día a día, ayudando a fortalecer el cuerpo desde adentro.

Cuidarse no se trata de exigirse más, sino de aprender a escucharse y construir rutinas sostenibles que permitan sentirse bien por dentro y por fuera. Este cierre de año puede ser la oportunidad perfecta para reconectar contigo, reforzar tu energía y comenzar el próximo con más equilibrio, vitalidad y bienestar.

Noviembre es un buen momento para hacer una pausa, escuchar al cuerpo y retomar rutinas que ayuden a cerrar el año con más energía, equilibrio y bienestar.





LORETO BUTTAZZONI

LA SABIDURÍA DE LA NATURALEZA

“Pájaros del mismo tipo se encuentran en el mismo bosque” es el nombre de la exposición de Loreto Buttazzoni, una talentosa artista chilena que realiza por cuarta vez una muestra en el Perú.



A Loreto siempre la sedujo la microflora y fauna que tenemos en nuestro país, tan rica como variada. “Basta sentarse en un banco en Lima y ver el tamaño de los floripondios, o el color brillante de los colibríes que pululan como si fueran los amos de los barrios. De hecho, la gran mayoría de flores y plantas que recreo son de la geografía de ustedes”.

Formada también en historia y restauración, la artista sostiene que fue el terremoto del 2010 en Chile lo que marcó un antes y un después en su vida, y, también debido a ese fenómeno, exploró más fuertemente la fragilidad de la naturaleza.

“Mientras todo lo rígido y fuerte se desmoronaba, veías que a los pájaros, insectos y plantas ligeras no les pasaba nada. El terremoto y las fuerzas telúricas desafían la gravedad y se quiebra todo lo que no es flexible”, reflexiona.

Así, mientras una mariposa vuela, un edificio de concreto se puede desplomar. Justamente, de esa experiencia nació la obra *Los Sobrevivientes* que llevó a Quito y que actualmente la tiene una coleccionista inglesa. “Se trataba justamente de que los verdaderos sobrevivientes ante una catástrofe que todo lo sacude, son los elementos flexibles y eso aplica a los territorios del alma y la mente. Una mente flexible con un ánimo adaptable es infinitamente más fuerte que una rígida”.

Sensibilidad que eleva

Las piezas de la artista activan una dimensión ecológica que buscan despertar una conciencia en los espectadores. Y esto también tiene que ver con el proceso de creación de su obra, que es lento, pausado, “como buscar el camino más largo”, porque lo que realmente le importa es la ruta, y no el destino.

“Un segundo que me demoro en sacar una foto de un detalle de una planta, se convierte en dos semanas de trabajo o más. Esa “pérdida de tiempo” la veo como ganar más vida, ya que invierto el tiempo”.

Su trabajo es como una protesta silenciosa con respecto a la sobreproducción. “Demorarse mucho en una obra es contraintuitivo a la productividad a la que estamos acostumbrados”. Por ello, Loreto prefiere demorarse mucho en una obra, aunque sea muy pequeña, porque está

trabajando acorde a su propia dimensión espacio - tiempo en el mundo.

“Estoy de paso como todos lo estamos, y ese paso tiene que ser limpio y respetuoso con el entorno que me acoge”. Al final, como dice, al dedicarse a elaborar objetos, sean fotos, pinturas o esculturas, lo que le interesa es añadirle a cada uno importante dosis de tiempo, que sobrellenarse de obras. De alguna manera, esa idea también la inspira en la temática en la que se enfoca: la fragilidad de la naturaleza.

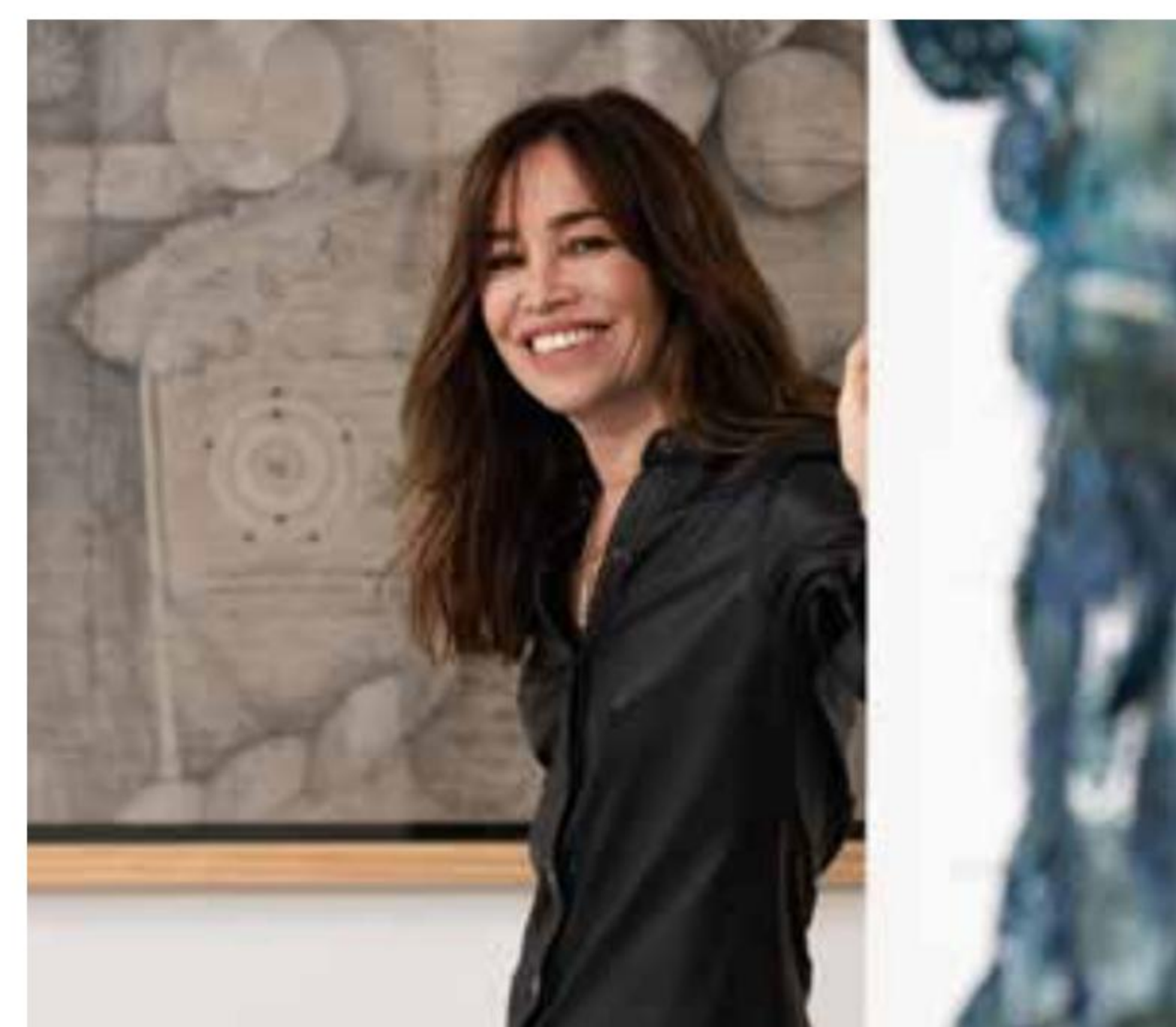
Tras esta exposición, la artista planea explorar otros materiales como los hilos de seda. “Es un territorio nuevo que me ha abierto infinidad de posibles obras que tengo en la cabeza y espero poder materializar. La seda es casi un opuesto a la porcelana por su ligereza y flexibilidad, pero juntas funcionan muy bien”. Y es que lo que le sobra a Loreto, es talento y creatividad.

“Para mi exponer en Perú es adentrarme en el corazón de Sudamérica y recibir una enorme fuente de inspiración para otra etapa en mi trabajo. Siempre me voy con la imaginación activada y la inspiración contenta”, revela.

CONTACTO:

📷 Loretobuttazzoni

🌐 www.loretobuttazzoni.org



MARINA GARCÍA BURGOS

ELEVANDO LA CONCIENCIA ECOLÓGICA





Expandir los límites de la fotografía y convertir la contemplación del paisaje en un acto de conciencia, es lo que representa la exposición titulada *La naturaleza de las cosas* de la fotógrafa y artista visual Marina García Burgos.



Con esta serie, García Burgos reafirma su apuesta por una fotografía expandida, que trasciende el papel para adquirir tridimensionalidad y fuerza narrativa. La superficie se convierte en un espacio de tensión, donde la memoria natural se quiebra y se recompone. “La naturaleza es inabarcable, pero sus heridas nos obligan a insistir en nuevas formas de contarla”, afirma la artista.

La muestra propone una mirada renovada sobre los paisajes de la Amazonía y del Perú. Por ello, más que documentar, su obra fragmenta y superpone imágenes que abren un campo poético y crítico sobre nuestra relación con el entorno.

Su obra nace justamente de su relación con la Amazonía peruana, donde visita comunidades indígenas y recoge relatos que alimentan su lenguaje visual. De esas experiencias, surge una reflexión crítica frente a la devastación causada por la tala, la minería ilegal y la ausencia de políticas sostenibles.

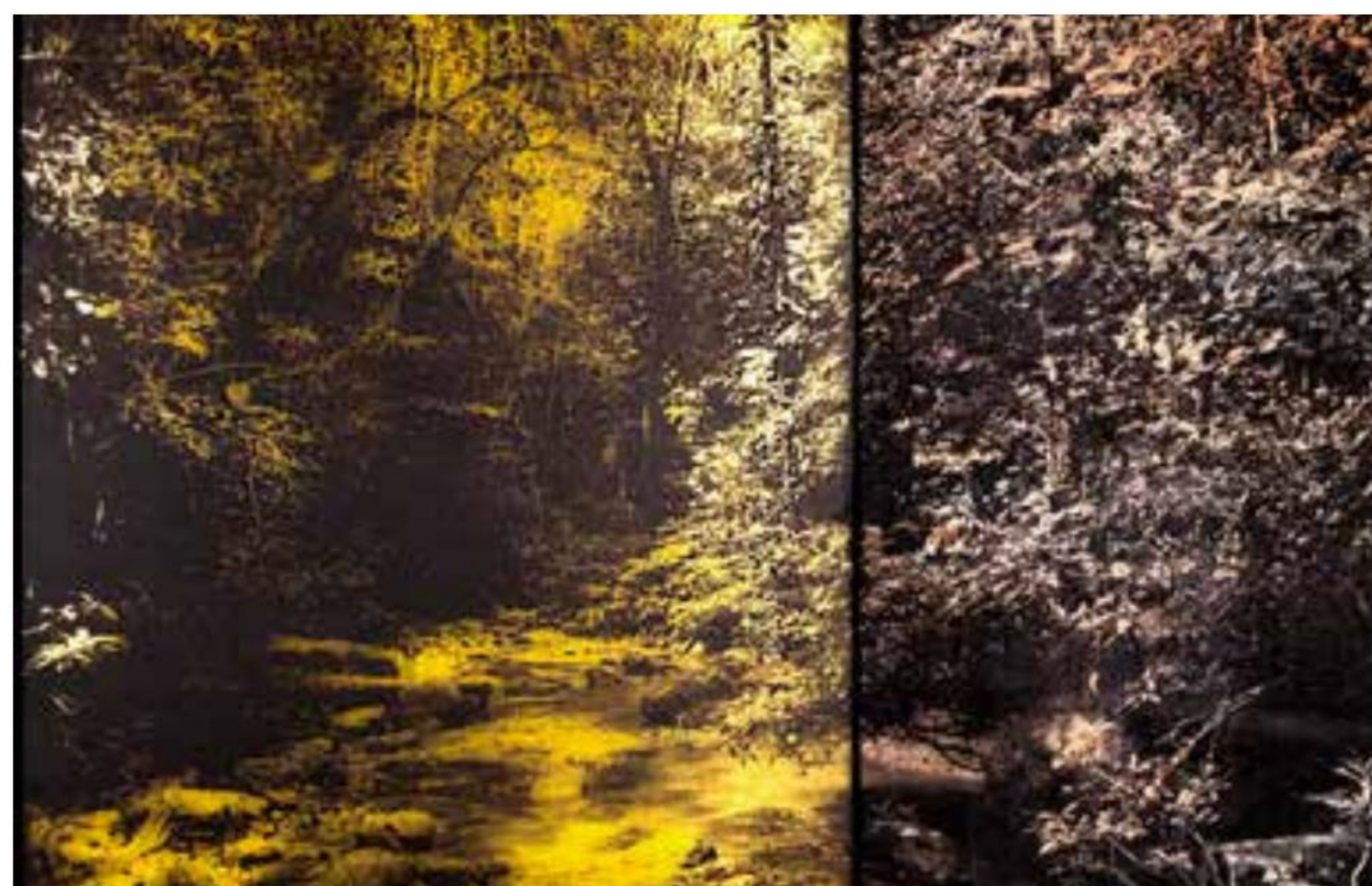
El uso de materiales frágiles o reciclados, añade una dimensión experimental y de riesgo: cada prueba es un hallazgo y cada acierto revela un paisaje que desborda los límites tradicionales de la fotografía.

Evolución medioambiental

En el corazón de la exposición se encuentran sus dípticos, donde una misma imagen se imprime en soportes distintos —aluminio, acrílico, madera, espejo o fibras recicladas—. Este gesto genera rupturas visuales, que evocan tanto la fragilidad del material como las fracturas ambientales del presente.

Así, la exposición invita a mirar más allá de la imagen: a pensar en las fisuras de la tierra, en la vulnerabilidad de sus ecosistemas y en la urgencia de replantear nuestra relación con ellos. Se trata, en pocas palabras, de tener una mirada, y, sobre todo, un accionar más consciente y amable con la naturaleza.

“Nos gusta jugar con las formas geométricas, incorporar materiales sostenibles y reinterpretar las tendencias para crear las nuestras, rompiendo paradigmas y explorando nuevas formas de expresión”, agrega.



TRAGALUZ
CULTO
GASTRONÓMICO



Los sentidos entran en éxtasis. Los sabores
y los aromas danzan en armonía sagrada
despertando los paladares. Tragaluz es el
responsable de tanto placer.



Con Ricardo Ehni al frente de la cocina del restaurante, el chef despliega toda su creatividad y sensibilidad culinaria para combinar los mejores sabores del país con influencias de diversas cocinas del mundo.

“El menú de *Tragaluz* celebra la diversidad cultural de Lima con una cocina sofisticada que une tradiciones globales y técnicas contemporáneas”, afirma el chef. Así, mar, tierra y selva se entrelazan para crear verdaderas obras de arte culinaria.

Riqueza culinaria

Esta experiencia culinaria puede iniciar como los dioses con un *Tataki Angus*, un plato de esencia asiática con cítricos de la selva y ollucos crocantes. Y, para un deleite poderoso como piqueo, está el *Anticucho Pulporco* hecho con panceta confitada con pulpo y una salsa de ajíes fermentados.

La llegada del verano se potencia con un *Ceviche Ahumado* a base de la pesca del día, zarandaja, tortita de choclo y ají amarillo, una preparación que coquetea con los sabores norteños. Y por qué no, unas *Conchitas* de Paracas con espuma de parmesano y caviar de trucha. Las delicias del mar siempre son gloriosas.

Por supuesto, en la nueva carta permanecen los clásicos, platos que forman parte de los 15 años de la trayectoria de *Tragaluz*, como el arroz con pato, el saltado *Tragaluz* y el tiradito *nikkei*. Y es que los clásicos son inolvidables.

Además de la calidad, creatividad y autenticidad de los sabores, para *Tragaluz* es vital una cocina consciente y comprometida con el medio ambiente. “Nuestro compromiso con la sostenibilidad se refleja en el abastecimiento de nuestros productos. Muchos de nuestros productos, incluido nuestro pescado, carnes, productos agrícolas, huevos de corral y lácteos, provienen de proveedores locales”, agrega el chef. Asimismo, el café y té del restaurante tienen certificación ecológica y provienen de una asociación de comercio justo.

CONTACTO:

📍 @tragaluzperu

📍 Malecón de la Reserva 1035, Miraflores

Transformación es su palabra, y esta vez, sorprende a todos sus comensales adeptos con una nueva carta cargada de platos que desbordan innovación y la auténtica calidad de nuestros insumos peruanos.



ALANYA

HORNEANDO MOMENTOS DULCES



Dedícate a lo que te apasiona. Trabaja con las personas que admiras. Disfruta de lo simple. ¿Un postre? Mejor dos. Total, es una sola comida. Estos son algunos de los aprendizajes de *Alanya Repostería* al cumplir sus primeros 10 años endulzando vidas.



Los primeros pasteles de este emprendimiento se crearon en la cocina de su casa, y hoy ya cuenta con 4 locales en la capital. Paso a paso y como éxito en la vida, Zara construyó su imperio de azúcar con mucho amor, disciplina y, esa dosis de inspiración creativa que viene de su corazón.

Su templo combina recetas gloriosas. La solicitada *choco-lúcuma*, interior de mousse de lúcuma con cremosos de chocolate, y el clásico *cheesecake Alanya*, un mousse de queso con interior de compota de fresa y *crumble* de almendras, son solo algunas de sus obras de arte en azúcar que embelesan a sus comensales.

“Muchas veces nos perdemos en la necesidad de impresionar, llenando un postre de ingredientes y sabores que compiten entre sí, cuando lo que realmente conmueve es la armonía, la sutileza y la claridad del mensaje. Un postre no tiene que tener 15 sabores para ser memorable”, afirma Zara. Y es que puede ser tan simple como que el chocolate sepa a chocolate y que la vainilla se sienta. “Escuchen al ingrediente”.

Azúcar y sal

Esos mismos comensales, adormecidos por el olor del café y el chocolate, hoy también pueden disfrutar de una carta que abraza lo salado. Así, sus deliciosos sándwiches y pizzas de masa de larga fermentación, van adquiriendo protagonismo entre los paladares.

Claramente, detrás de cada una de sus creaciones de sal y azúcar, hay un equipo de profesionales y amantes del buen comer, que entregan su pasión sin reparo, que amasan con amor y, sobre todo, disfrutan del placer de crear y hornear.

Así es como se evidencia uno más de los aprendizajes de *Alanya* en su primera década de creación: “trabaja con las personas que admiras”. Y claro, se puede cerrar esta premisa con “somos un equipo, no una fórmula”. Que sean muchos años más de creación y pasión por lo que aman. Y es que cada celebración, termina con algo dulce.

“Desde 2015 no hemos dejado de aprender, hornear y compartir, detrás de cada pieza, hay muchas manos, pero un mismo espíritu. El equipo es el alma de lo que hacemos”, afirma Zara Alanya, fundadora de la marca.

CONTACTO:

📍 alanyareposteria

MENÚ

INTIMIDAD Y PLACER CULINARIO



En esta era de redes sociales, marketing digital y publicidad virtual, hay un lugar en Lima, exactamente en Barranco, que no busca aliarse con ellas. No busca atención ni publicidad. Todo lo contrario: quiere intimidad y exclusividad. Una verdadera revolución en una época donde la notoriedad y la fama son el verdadero alimento de muchos lugares (y personas).



Lo cierto es que la experiencia *Menú* es algo que todos los que lo visitan, quieren repetir. Intimidad, sofisticación y por supuesto, deleite glorioso y memorable para el paladar, están más que asegurados. Es momento de darse una vuelta por el bohemio Barranco.

M*enú* no se une a esta tendencia. Tampoco es una tendencia culinaria. Es simplemente arte y sabor en un plato. Este restaurante ubicado en plena Bajada de Baños, por cierto, un punto muy transitado, encuentra la manera de pasar desapercibido. No hay un letrero ni una guía para llegar. Y eso, lo hace aún más apetecible. Y misterioso.

Acogedoramente especial

Con el talentoso chef Ricardo Martins a la cabeza, *Menú* se asocia con la frase “menos es más” y premia a los curiosos que apuestan por una carta que cambia de acuerdo a la temporada, inspiración y frescura.

Variedad en un punto exacto y preciso. Como si hicieran una encuesta antes de crear cada uno de sus platos. En este espacio lleno de madera y lámparas acogedoras, los comensales pueden encontrar regalos de mar como conchas y pesca del día trabajadas al punto, como una deliciosa y crocante polenta frita o un generoso asado de tira. Nadie se puede ir de aquí sin una gran sonrisa de satisfacción y placer genuino.

No se puede dejar de mencionar a su barra, que también adquiere especial protagonismo de la mano de su selecta carta. Diseñados para completar una experiencia 360, los cócteles de *Menú* tienen diferentes personalidades: pueden ser herbales para quienes buscan algo más ligero, o complejos para quienes prefieren intensidad.



CREMMA

LA DULZURA DE LA INNOVACIÓN

Dicen que un postre bien hecho es
capaz de alegrar el corazón más triste.





Cada bocado de un buen pastel, es un pedacito de felicidad. Eso es exactamente lo que consigue *Cremma*, una pastelería fundada en Lima en 2019, y ahora situada en Madrid.

Desde pequeña, Isabella Bancalari, creadora de la marca, encontró en la repostería un lenguaje propio: un modo de expresar cariño, de celebrar y de crear recuerdos. Lo que empezó como juegos con amigas y galletas en la cocina familiar, pronto se convirtió en un sueño cada vez más claro: compartir con el mundo esos sabores capaces de emocionar y unir.

Así nació *Cremma* en 2018, primero en su propia casa y luego en un taller que se convirtió en un punto de encuentro para cientos de clientes en Lima. La pasión por crecer la llevó a París, donde perfeccionó su técnica en *Le Cordon Bleu* y trabajó como *chef pâtissier*. Ese recorrido la llevó a Madrid con la misma determinación con la que empezó: transformar la pastelería en un puente entre culturas.

Un mundo sensorial

Cremma es fusión y memoria. Cada postre mezcla la herencia artesanal peruana con la precisión de la técnica francesa y la creatividad que Isabella encuentra en su día a día en España. Su carta cambia constantemente, porque no entiende de límites geográficos. "Es una repostería que viaja, explora y conecta, pero que siempre guarda un latido de hogar en cada bocado", afirma.

Como sugiere su nombre, los postres de *Cremma* se distinguen por su textura cremosa y su sabor irresistible, con un toque de provocación. "Nuestra misión es crear experiencias de sabor único y memorable que conecten con la esencia de nuestros clientes", añade.

Más que una marca, *Cremma* es una forma de entender la gastronomía. Un origen sin límites ni etiquetas, abierto a descubrir, mezclar culturas y reinventar. Una pastelería que no se encierra en moldes, sino que invita a probar lo inesperado.

CONTACTO:

📍 [cremma.madrid](https://www.instagram.com/cremma.madrid)

DELFINA
ZUIN

ARIANNA
ROVEGNO

FONDA BY
LAURA
GRANER

Una noche de celebración en La Perlita por el lanzamiento de la nueva Food Guide Fonda de la foodie Laura Graner junto a grandes nombres de la gastronomía peruana como Virgilio Martínez, Micha Tsumura y Francesca Ferreyros.



LAURA GRANER
Y AMIGAS



ANDRE
RICHTER

LAURA
GRANER



ANDRE
RICHTER

IGNACIO
DE VINATEA



DEBORA
CHLIMPER

RENZO
GARIBALDI



JORGE
VILLACORTA

MARINA
GARCÍA BURGOS



MARÍA
ÁLVAREZ

JAIME
ORTIZ



KARIM
CHAMAN

MAURICIO
OLAYA

MARINA GARCIA BURGOS

Marina García Burgos presenta en LA GALERÍA “La Naturaleza de las cosas” muestra individual de fotografía bajo la curaduría de Jorge Villacorta. La muestra reúne 10 obras de mediano y gran formato impresas en diversos soportes que incluyen el acrílico, el papel hecho a mano y la madera, en los que la artista consigue transmitir una propuesta cargada de respeto por la naturaleza, su relación con el medio ambiente y la especie humana.

CRISTINA
QUIMPER

RAFAEL
OSTERLING

ALESSANDRA
PETERSEN

JULIA
VIÑAS



**RICARDO
MARTINS**

**MARÍA EMILIA
MIRÓ QUESADA**

**ANDRÉ
RICHTER**

SEGUNDA EDICIÓN DE ART TALKS

Conducido por María Emilia Miró Quesada, reunió en La Perlita a artistas, coleccionistas y figuras del ecosistema cultural de Lima para pensar el arte desde la cercanía de una mesa compartida.



**JANA
UGAZ**

**RAFAEL
ALCAZAR**

**FERNANDO
BRYCE**



NICOLE
FRANCHY

CRISTINA
QUIMPER

MONI
QUIMPER



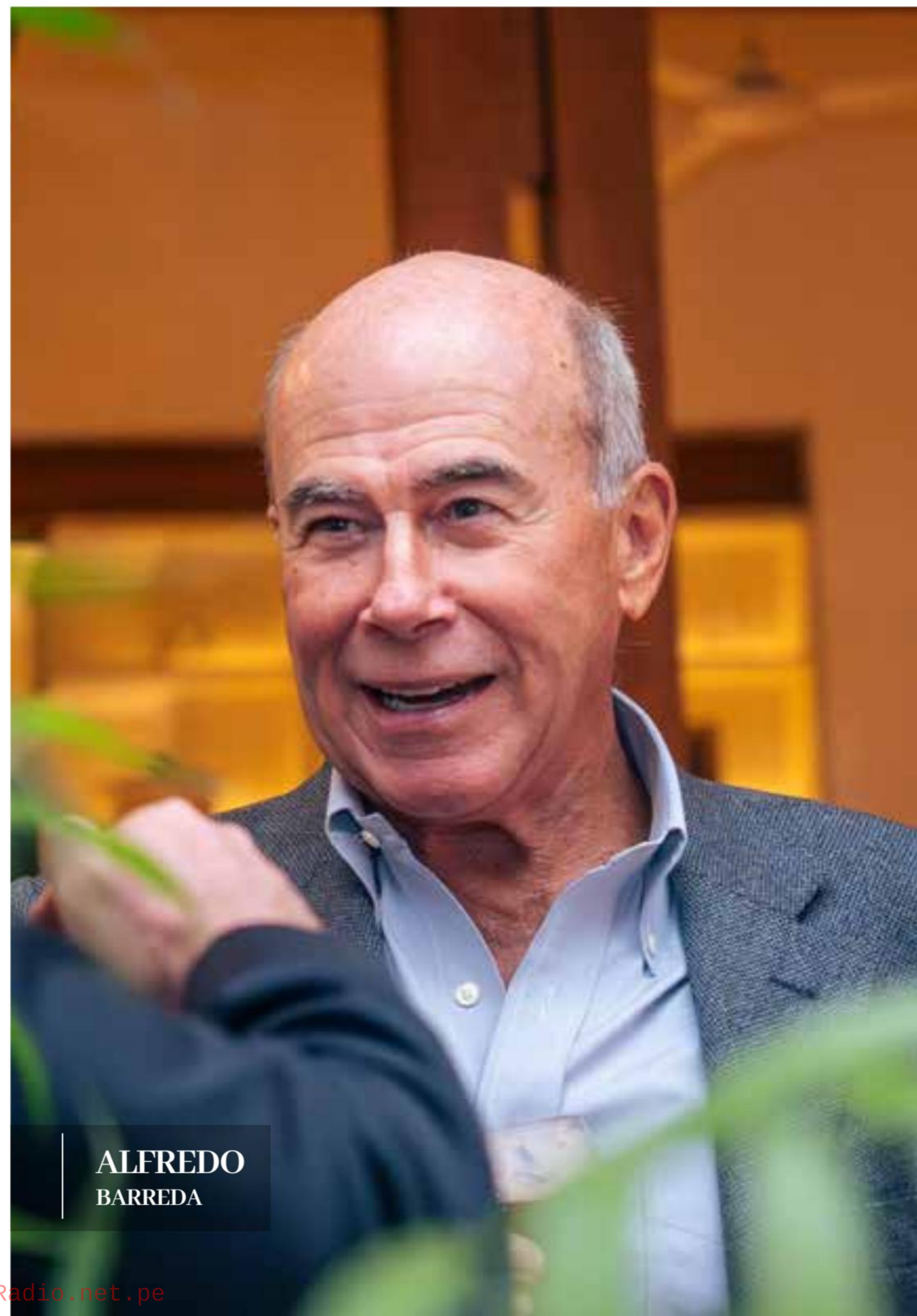
ANDRÉ
RICHTER



YERKO
ZLATAR

CARLOS
GARCÍA

FERNANDO
BRYCE



ALFREDO
BARREDA



TALIA
ECHECOPAR



SILVIA
DE ANDREA

GONZALO
SANDAZA



SILVIA
DE ANDREA

ANAHÍ
GONZALES - DALY



RODRIGO
GALLEGOS

GERARDO
PERDOMO

DIA DE MUERTOS DE TEQUILA DON JULIO

Con una experiencia única:
un performing feast donde la
gastronomía, la música y la
alta coctelería se fusionaron en
una experiencia sensorial que
celebró la vida, la tradición y el
arte de compartir.

El evento se llevó a cabo en
Osaka, transformando la noche
en una celebración de sabores,
arte y emociones.



NATALIE
BOURCHIER



ALONSO
DE ORBEGOSO

ANA ROCÍO
MODONESE





ELIANA
VIZQUERRA

TALIA
ECHECOPAR



DANIELA
DELGADO

URSULA
AGUAD

SANDRA
BERNAL



ANDRE
RICHTER

ANGELA
KUSEN

SALVADOR
GONZALES



ISIDRA



Wong *La Molina* *se reinventa*

Ahora podrás disfrutar del nuevo Wong Bistró con 6 estaciones de comida, la moderna Cava Wong con una selección exclusiva, el vivero Wong donde encontrarás variedad de flores y una panadería abierta con tus productos favoritos recién salidos del horno.

**Más espacio,
más momentos,
la misma calidad
de siempre.**

